https://www.pagina12.com.ar/221780-posta-furor-y-el-boom-del-podcast-en-argentina
NO
27 de septiembre de 2019
Referentes de la movida dan sus consideraciones sobre la expansión del contenido en audio

Posta, Furor y el boom del podcast en Argentina

Con Spotify y Apple en el medio, el formato se impuso en el mundo y empieza a ganar masividad y profesionalismo en el país.
Por Florencia Coronel

Los consumos on demand son una tendencia que crece. Y las tecnologías actuales, con el combo de las apps, el streaming y variadas plataformas digitales, democratizaron el acceso a los contenidos, nos permitieron elegir qué ver o escuchar, cuándo y cómo; y multiplicaron la oferta. Este contexto fue propicio para que reapareciera, con toda y con un estilo renovado, el podcast. El formato de archivos de audio descargables o escuchables cuando se desee llegó a Argentina hace más de diez años, pero recién comienza a ganar popularidad entre el público. Especialmente entre jóvenes, que constituyen el fuerte de la audiencia según la última encuesta colaborativa realizada por Podcaster@s , una comunidad mundial de creadores y amantes de podcasts en español.
Luciano Banchero es un pionero local. En 2014, junto a Diego Dell' Agostino fundó la red Posta , que cuenta con más de 40 programas y asegura ser "la productora número uno" del formato en Argentina. Banchero atribuye el boom a la combinación de factores tecnológicos y culturales: "Hace unos años escuchar podcast era bastante más complicado: tenías que hacer una re movida de bajarte archivos, combinar programas y tener buena conexión a internet. Todo muy complicado y poco atractivo para un usuario nuevo. Hoy es mucho más accesible, con plataformas como Apple Podcast –la más usada a nivel mundial y pionera en la masificación del podcast– y Spotify, que se metió en el mercado y ya no es para consumo exclusivo de música sino que incluye todo tipo de audio. Esto permitió que gente que no había escuchado un podcast en su vida porque no sabía dónde, ahora tuviera un lugar para hacerlo".
Además, Banchero reconoce que hay un público mejor predispuesto para este tipo de formato. "La explosión de los contenidos on demand y la posibilidad de convertirnos en dueños de nuestra propia programación también contribuyó. Ahora podemos armar nuestro menú optando entre ver una serie en Netflix, una película en HBO GO, escuchar un podcast, un disco o leer un libro o cómic. Y a la vez que se van masificando los consumos on demand, también se expanden los tipos de contenidos: hoy hay una oferta de podcast mucho más atractiva que hace un par de años."
Los primeros podcast nacieron de la mano de aficionados, grupos de amigos que se reunían alrededor de un micrófono para hablar de cine, series o gastronomía. Una práctica amateur que se reducía a formatos sencillos, con recursos limitados. "Cuando arrancamos en 2014, nuestro material reproducía un formato más radial, convencional: una mesa con gente hablando sobre un tema. Hoy seguimos produciendo ese tipo de contenidos porque nos gustan y funcionan, pero también nos metimos en la producción de documentales, investigaciones periodísticas, ficciones. Fuimos ampliando el contenido y lo hicimos más sofisticado, siempre con la idea de construir algo distinto y hacer que la gente nos elija", explica Banchero.
La expansión no solo responde a las posibilidades de producción favorecidas por la tecnología, sino que además surgieron nuevos podcast al calor del clima de época. Un referente es Furor Podcast , una productora independiente creada por un colectivo de cuatro mujeres, Josefina Avale, Florencia Flores Iborra, Mariel Giménez y Vanina Pikholc, que se dedica a producir podcast atravesados por la temática de género. "Empezamos en 2014 con un programa de radio, *Graves y agudas*, en una FM comunitaria del sur de la ciudad de Buenos Aires. Pero luego de cuatro años y algunos desencuentros, el programa llegó a su fin", cuenta Josefina.
Sin embargo, esa experiencia les sirvió para darse cuenta de que tenían todo para producir, y que lo único que les faltaba era un medio. Asi que crearon Furor. "No queríamos quedarnos calladas. Queríamos trabajar en algo concreto, canalizar nuestra democracia comunicacional y luego de evaluarlo y pensar alternativas decidimos que el podcast era la mejor solución. No solo por la

cuestión técnica, ya que lo podés hacer con un grabador, un celular o algo más profesional, sino también porque el podcast no te censura: podés decir lo que quieras y editarlo como te guste. Tenés todas las herramientas disponibles. Apuesta a otro tiempo de producción, de hacer, de pensar", acota Mariel.

Si bien el crecimiento de los podcast en Argentina es claro y notable, aún no alcanza los parámetros de otros mercados, como Estados Unidos, donde se desarrollaron grandes y poderosas industrias. En general, es producto de la falta de financiamiento. Para Vanina, como el podcast es algo que está creciendo ahora, "las empresas todavía no tienen muy en claro por qué convendría poner publicidad en ellos en vez de un banner en Facebook", ya que "no está definida cuál es la relación entre pongo equis publicidad y me genera tantas ganancias", explica una de las Furor.

Banchero también cuenta su caso: "La venta de publicidad en nuestros podcast nos permitió trabajar con sponsors buenísimos y financiar proyectos que no podríamos haber hecho de otra manera. Pero eso tenía un techo porque nos permitía cubrir los costos pero no podíamos crecer, que es lo que queremos. Nos dimos cuenta de que una manera viable de alcanzar lo que queremos es trabajar con aliados: marcas, medios, plataformas, que tienen ganas de contar algo y no saben cómo hacerlo en podcast, y ahí entramos nosotros."

Ambos proyectos continúan creciendo día a día: Posta con nuevas producciones y nuevos aliados como Anfibia, Red Bull y Chequeado, mientras que Furor saca nuevos episodios de *Putísima*, *Peripatéticas* y *Gotas en el aire*. Y se permiten apostar y creer en que este boom no será pasajero. "No creo que sea una moda sino más bien es una nueva manera de consumir contenidos. La voz será la protagonista de la tecnología del futuro", sostiene Banchero. "Lo que estamos viviendo hoy con los podcast es una masividad, y me permito un paralelo con el feminismo. Habemos feministas mucho antes de junio de 2015, pero ese evento nos dio visibilidad y el movimiento se fue expandiendo. Y con los podcast pasa lo mismo, hace mucho que se hacen pero ahora hay más gente que sabe lo que es, por distintos motivos. Especialmente, las empresas se están involucrando y creo que esto es lo que nos va a permitir salir definitivamente del amateurismo", completa Florencia.